Ime poduzeća Vlasnik Adresa

Tel. broj E - mail

OIB / Matični broj

POSLOVNI PLAN

Plan izradio:

Mjesto, datum

# SAŽETAK

# Sažetak je uvodni dio poslovnog plana koji daje pregled ključnih elemenata plana. Ovdje se navode ciljevi tvrtke, misija, vizija i vrijednosti te se sažeto opisuje poslovni koncept. Cilj izvršnog sažetka je privući čitateljev interes i dati im brz pregled o čemu se radi u planu.

# POLAZIŠTE

* 1. Nastanak poduzetničke ideje
     + dobro poznavane posla kojeg obavljate ili ste nedavno obavljali, hobi, uročen talent, sposobnost prepoznavanja prilika
     + korištenje tuđe ideje.
  2. Vizija i misija poduzetničkog pothvata: opisati kako se poslovanje, odnosno poslovna ideja planira razvijati u vijeku trajanja projekta, kako realizirati pothvat (jednokratno, do kada, u više faza, krajnji rok završetka pothvata), o čemu to ovisi, koja su moguća rješenja i sl.

*Primjer:*

*Vizija poduzeća Marina d.d.:*

*Vizija poduzeća Marina d.d. je postati tržišno orijentirana vodeća turistička tvrtka u regiji. Poslovni uspjeh pozitivno će se odraziti na dioničare tvrtke, zaposlenike, korisnike proizvoda i širu društvenu zajednicu. Uz rast cijene dionice, uspjeh će biti vidljiv i kroz jačanje pozitivnog imidža i kvalitete odnosa sa svim ključnim dionicima.*

*Misija:*

*Marina je vodeća turistička tvrtka u Hrvatskoj. Kvalitetom usluga koje nudi, ljubaznošću osoblja i visokim standardima poslovanja daje brzi odgovor na potrebe tržišta, širi svoje poslovanje i snažno se pozicionira tržištu.*

# OPIS TVRTKE

# Opis poslovanja i djelatnosti

U ovom dijelu se detaljno opisuje tvrtka. To uključuje njezinu povijest, pravnu strukturu (npr., d.o.o., j.d.o.o., obrt), organizacijsku strukturu (organigram) i ključne članove tima. Ovdje možete naglasiti specifičnosti tvrtke, njezine vrijednosti i ono što je čini jedinstvenom na tržištu.

U ovom dijelu Poslovnog plana treba opisati i djelatnost kojom će se baviti. Potrebno je navesti sjedište djelatnosti, osnivače, temeljni kapital (ako je u pitanju d.o.o.), datum osnivanja, rješenje o registraciji (broj registracije), te djelatnosti za koje je obrt ili društvo s ograničenom odgovornošću registrirano.

**Lokacija**

Opis postojeće lokacije (ako postoji), sjedište i ostali poslovni prostori – vlasništvo ili zakup (poželjno je priložiti kopije dokaza o vlasništvu ili ugovora o zakupu), površina prostora, visina i opis karakteristika prostora.

# ANALIZA TRŽIŠTA I TRŽIŠNA OPRAVDANOST

Analiza tržišta pruža dubinski uvid u okruženje u kojem tvrtka posluje. U ovoj sekciji trebate identificirati svoje ciljno tržište, odrediti ciljnu publiku i istražiti konkurenciju. Također trebate analizirati potrebe i preferencije kupaca kako biste bolje razumjeli njihove zahtjeve. SWOT analiza (snage, slabosti, prilike i prijetnje) pomaže u identifikaciji ključnih čimbenika i pozicioniranju tvrtke na tržištu.

* 1. **Tržište nabave** (važni ulazni materijali ili usluge i njihovi dobavljači - od toga uvoz; način dobave i uvjeti plaćanja).
  2. **Tržište prodaje** (tko su kupci/korisnici usluga (ciljne skupine), kanali distribucije).
  3. **Procjena ostvarenja prihoda** – tržišta, npr: planira se prosječna cijena usluge (proizvoda) od 90 kn neto, ili planira se dnevno 10 proizvoda (usluga), odnosno 50 tjedno, odnosno 200 mjesečno, što za 11 mjeseci rada u godini daje 2.200 proizvoda (usluga), planira se godišnji prihod (2.200 kom × 90 kn) od 198.000 kn, budući da će se u 2014. godini raditi 6 mjeseci planira se polovina tog iznosa, a od 2015. nadalje 10 postotno povećanje.

1. **PROIZVODI ILI USLUGE**

Ovaj dio poslovnog plana opisuje proizvode ili usluge koje tvrtka nudi. Trebate detaljno opisati karakteristike proizvoda ili usluga, naglasiti njihove prednosti u odnosu na konkurenciju te definirati cjenovnu politiku i način isporuke.

1. **STRATEGIJA ILI IMPLEMENTACIJA**

Ovaj dio fokusira se na strategiju koju tvrtka koristi za postizanje svojih ciljeva. To uključuje marketinške strategije, prodajne planove, operativne procese, planove razvoja proizvoda/usluga i planove za upravljanje ljudskim resursima. Također biste trebali uključiti financijske projekcije i planove za rast i razvoj tvrtke.

# FINANCIJSKI ELEMENTI

* 1. **Investicije u dugotrajnu imovinu (osnovna sredstva)**

Stalna sredstva obuhvaćaju materijalnu i nematerijalnu imovinu s vijekom trajanja duljim od 1 godine, a tu spadaju: zemljište, građevni objekti, oprema, dugogodišnji nasadi, osnovno, osnivačka ulaganja (izrade projekata, građevne dozvole i sl.) te ostala sredstva, npr. radi se od tri dijela opreme, koja se odmah stavlja u funkciju:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Redni broj** | **OPIS** | **NABAVNA VRIJEDNOST** |
| 1. | A | 55.000 |
| 2. | B | 45.000 |
| 3. | C | 10.000 |
| **OSNOVNA SREDSTVA** | | **110.000** |

* 1. **Investicije u obrtna sredstva**

Obrtna sredstva čini novac potreban za tekuća plaćanja, materijal i sirovine koje se drže radi ulaganja u proizvodnju, vrijednosti utrošene u proizvodnju i proizvodi što čekaju prodaju.

Obrtna sredstva čini i novac dan dobavljačima prije isporuke robe te potraživanja od kupaca od momenta isporuke proizvoda, odnosno pružanja usluge do momenta naplate.

Za prosječno stanje pojedine stavke obrtnih sredstava obično se uzima godišnji promet iste stavke i dijeli koeficijentom obrtaja. Koeficijent obrtaja je podatak o tome koliko se puta poslovni ciklus ponovi od njegova početka do kraja godine, npr. za 30 dana vezivanja zaliha koeficijent obrtaja je 12 (360 : 30 =12), a još je jednostavnije godišnji promet dijeliti s brojem nabava odnosno isplata tijekom godine, a to se za ovaj slučaj može vidjeti iz slijedeće tablice:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Redni broj** | **O P I S** | **GODIŠNJI PROMET** | **Broj nabava u godini** | **PROSJEĈNA SREDSTVA** | |
| 1. | Trošak materijala | 22.800 | 6 | 3.800 | |
| 2. | Vanjske usluge | 29.800 | 12 | 2.483 | |
| 3. | Izdaci osoblja | 55.200 | 12 | 4.600 | |
| 4. | Ostali troškovi | 25.680 | 12 | 2.140 | |
| **UKUPNO** | | | | | **13.023** |

Uz pretpostavku da će se sve usluge normalno (mjesečno) naplaćivati u obrtnim sredstvima bilo bi u prosjeku vezano 13.000 kuna (trajnih obrtnih sredstava).

Potrebe za obrtnim sredstvima obično uključuju pokrivanje troškove zakupnine za prostor, električne energije, ulaznog materijala, komunalnih usluga, promidžbe, telefona, knjigovodstva, brutto plaća, troškova prijevoza i sl.

* 1. **Troškovi poslovanja – godišnji**

-ukupni troškovi razvrstani prema skupinama, npr.:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MATERIJALNI TROŠKOVI - OPIS** | **1.god.** | **2.god.** |
| Električna energija | 2.400 | 4.800 |
| Osnovni i ostali materijal | 9.000 | 18.000 |
| **UKUPNO** | **11.400** | **22.800** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TROŠKOVI VANJSKIH USLUGA - OPIS** | **1.god.** | **2.god.** |
| Zakup prostora | 6.000 | 12.000 |
| Komunalne usluge | 2.400 | 2.400 |
| Promidžba | 5.000 | 1.000 |
| HT + mobitel | 3.000 | 6.000 |
| Knjigovodstvo | 4.200 | 8.400 |
| **UKUPNO** | **20.600** | **29.800** |

**TROŠKOVI OSOBLJA –** npr. bruto plaća 4.600 kn mjesečno – uposlen osnivač

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TROŠKOVI OSOBLJA** | **1.god.** | **2.god.** |
| **UKUPNO** | **27.600** | **55.200** |

# OSTALI TROŠKOVI POSLOVANJA (NEMATERIJALNI)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **OPIS** | **1.god.** | **2.god.** |
| Dnevnice | 2.040 | 4.080 |
| Prijevoz vlastitim vozilom | 10.800 | 21.600 |
| **UKUPNO** | **12.840** | **25.680** |

* 1. **Financijska konstrukcija**

U ovom dijelu je potrebno razgraničiti vlastita sredstva koja poduzetnik unosi u investiciju, od kreditnih sredstava koja je zatražio putem odabrane poslovne banke i Programa kreditiranja. Potrebno je navesti uvjete kreditiranja (kamatna stopa, poček, rok otplate, traženi iznos, anuitete i interkalarnu kamatnu stopu) te iz banke koja će kreditirati poduzetnika zatražiti plan otplate kredita kako bi se u ovom dijelu mogli navesti troškovi kamata. Bankari dijele kredite u tri kategorije: kratkoročni, srednjoročni i dugoročni.

Interkalarna kamata je dio ukupne redovne kamate koju korisnik kredita plaća banci, a specifična je kod otplate u mjesečnim anuitetima. To je kamata koja se plaća na iznos kredita za razdoblje

od dana isplate kredita (od datuma kad je kredit odobren) do dana kada se kredit stavlja u otplatu (I. rata / kamatu na poček otplate kredita).

Interkalarna kamata = ukupni iznos kredita x godišnja kamata / 365 x broj dana između I i II datuma

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Redni broj** | **ULAGANJE** | **KUNA** | **%** |
| **1.** | U OSNOVNA SREDSTVA | 110.000 | 73 |
| **2.** | U OBRTNA SREDSTVA | 40.000 | 27 |
| **UKUPNO** | | **150.000** | **100** |
| **IZVORI** | | | |
| **1.** | VLASTITA SREDSTVA | 50.000 | 33 |
| **2.** | KREDIT | 100.000 | 67 |
| **UKUPNO** | | **150.000** | **100** |

# Plan otplate kredita

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Godina** | **Otplata** | **Ostatak duga** | **Kamata** | **Anuitet** |
| 1.god | | | | |
| 2.god | | | | |
| 3.god …. | | | | |
| **UKUPNO** | | | | |

Detaljnije financijske primjere moguće je pronaći u ovom [poslovnom planu](https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/upravljacko_racunovodstvo/Sadr%C5%BEaj%20i%20izrada%20poslovnog%20plana.pdf).

1. **ANALIZA RIZIKA**

U zaključnoj ocjeni potrebno je ukratko sažeti sve dosada navedeno u Poslovnom planu. Istaknite broj osoba koje želite zaposliti, prihode koje planirate ostvariti, te ocjene učinkovitosti.

Evo koraka koje obično uključuje analiza rizika:

* 1. **Identifikacija rizika:** Prvi korak je identificirati sve moguće rizike koji mogu utjecati na vašu organizaciju ili projekt. To uključuje identifikaciju unutarnjih i vanjskih faktora koji mogu predstavljati prijetnje ili prilike. Primjeri unutarnjih rizika mogu uključivati nedostatak resursa ili loše upravljanje, dok vanjski rizici mogu uključivati promjene zakonskih propisa ili konkurenciju na tržištu.
  2. **Procjena rizika:** Nakon identifikacije rizika, slijedi njihova procjena kako biste utvrdili njihovu vjerojatnost i utjecaj. Vjerojatnost se odnosi na vjerojatnost da se rizik dogodi, dok se utjecaj odnosi na razinu štete koju bi rizik mogao uzrokovati. Ovo vam pomaže rangirati rizike prema njihovom prioritetu i utjecaju na organizaciju.
  3. **Analiza posljedica:** Nakon procjene rizika, analiziraju se moguće posljedice ili učinci svakog identificiranog rizika. To može uključivati financijske gubitke, operativne probleme, gubitak reputacije ili bilo koju drugu vrstu negativnog utjecaja. Analiza posljedica pomaže u razumijevanju koliko ozbiljno svaki rizik može utjecati na organizaciju i na temelju toga donose se odluke o prioritetima i upravljanju rizicima.
  4. **Razvoj strategija upravljanja rizicima**: Nakon što se rizici identificiraju, procijene i analiziraju, potrebno je razviti strategije za njihovo upravljanje. To može uključivati izbjegavanje rizika, prihvaćanje rizika, smanjenje rizika putem preventivnih mjera, prijenos rizika kroz osiguranje ili druge oblike osiguranja, ili prijenos rizika putem partnerstva ili ugovora.

# ZAKLJUČAK

Zaključak poslovnog plana je završni dio dokumenta u kojem se sumiraju ključne točke i naglašava važnost plana za budući uspjeh organizacije. Ovdje se iznose ključni zaključci i poruke koje želite prenijeti čitateljima.

Evo nekoliko važnih aspekata koje možete uključiti u zaključak svog poslovnog plana:

* 1. **Pregled ključnih točaka:** Sažmite glavne dijelove poslovnog plana, uključujući izvršni sažetak, opis tvrtke, analizu tržišta, proizvode/usluge, strategiju, financijski plan i plan rasta. Ovo će vam omogućiti da još jednom naglasite važnost tih elemenata i njihovu ulogu u postizanju uspjeha.
  2. **Naglasak na prednostima:** Istaknite prednosti vašeg poslovnog koncepta, proizvoda ili usluga. Navedite razloge zašto će vaša tvrtka biti uspješna i konkurentna na tržištu. Možete spomenuti jedinstvene značajke, inovativnost, prednosti za kupce ili bilo koje druge faktore koji čine vašu tvrtku posebnom.
  3. **Ciljevi i vizija:** Ponovno naglasite svoje ciljeve i viziju za budućnost tvrtke. Opišite kako poslovni plan doprinosi ostvarenju tih ciljeva i kako će tvrtka napredovati prema željenoj viziji. Ovo će pomoći u stvaranju slike o tome kamo tvrtka ide i što želite postići.
  4. **Poziv na akciju:** Završite zaključak pozivom na akciju ili sljedeće korake. Možete naglasiti potrebu za provedbom plana, angažmanom zaposlenika, traženjem financiranja ili pokretanjem projekata. Ohrabrite čitatelje da podrže vašu viziju i pridruže se ostvarenju ciljeva tvrtke.

Zaključak poslovnog plana treba biti sažet, ali snažan. Trebao bi ostaviti dojam na čitatelje i potaknuti ih na daljnju akciju. Neka zaključak bude inspirativan i uvjerljiv, potičući povjerenje u vašu sposobnost postizanja uspjeha.

**Prilozi uz poslovni plan:**

skica, fotografije poslovnog prostora, detalji tržišnih analiza,

detaljni marketing plan, promo materijali, tehnički opisi proizvoda, cjenici, slike proizvoda,

pisma potencijalnih kupaca, kopije ugovora / predugovora,

detaljni popisi dobavljača, kupaca, detalji financijske analize.